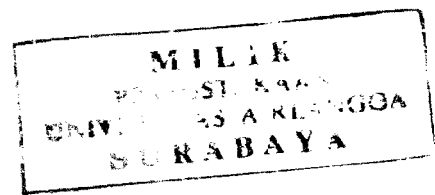


**KAJIAN JENDER CITRA WANITA DALAM IKLAN MAJALAH GADIS
PERIODE DESEMBER 1999 - FEBRUARI 2000**

SKRIPSI



OLEH :

Fong Valentine Vivian Florencia

NIM : 079314068

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
Semester Genap 1999/2000**

**KAJIAN JENDER CITRA WANITA DALAM IKLAN MAJALAH GADIS
PERIODE DESEMBER 1999 - FEBRUARI 2000**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas Dan
Memenuhi Salah satu Syarat Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



OLEH :

Fong Valentine Vivian Florencia

NIM : 079314068

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
Semester Genap 1999/2000**

Setuju untuk diujikan

Surabaya, 6 Juli 2000

Dosen Pembimbing



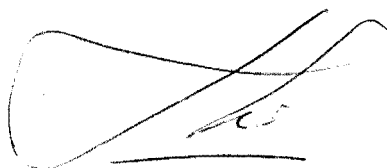
Dra. Siti Pudji Rahayu, MS

NIP. 131 619 143

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
pada tanggal 26 Juli 2000.

Dewan Penguji terdiri dari :

Ketua



Drs. Henry Subiakto, S.H., M.A.


NIP. 131 801 645

Anggota,



Dra. Sri Moerdijati, MS
NIP. 131 125 226

Anggota,



Dra. Siti Pudji Rahayu, MS
NIP. 131 619 143

ABSTRAK

Iklan yang merupakan bagian dari majalah, sebenarnya adalah salah satu alat yang digunakan produsen dalam memasarkan produknya. Untuk membuat iklan, pihak pembuat tidak membuat iklan secara asal jadi, tetapi mereka mempunyai beberapa tujuan dalam mendesain setiap iklan. Tujuan-tujuan itu adalah menarik perhatian ke iklan, membangkitkan minat untuk membaca atau mendengar iklan, merangsang hasrat ingin mengetahui isi iklan, menciptakan keyakinan tentang keunggulan barang atau jasa dan melahirkan tindakan untuk membeli dan memakai barang atau jasa.

Thamrin Amal Tamagola telah melakukan penelitian pada isi iklan majalah Kartini, Femina, Sarinah dan Pertiwi dengan judul "Citra Wanita dalam Iklan dalam Majalah Wanita Indonesia" yang dimuat dalam buku *Wanita dan Media*. Hasil penelitian Tamagola menunjukkan bahwa sebagian besar dari bentuk dan isi iklan-iklan yang dimuat dalam majalah wanita Indonesia kontemporer ini lebih cenderung untuk 'mendorong' wanita-wanita kelas menengah dan atas kembali kepada kerangkeng domestik mereka daripada mensejajarkan para wanita itu dengan pria Indonesia. Dalam hasil penelitian ini Tamagola ini menggunakan lima kategori citra wanita, yaitu citra pigura, citra pilar, citra peraduan, citra pinggan dan citra pergaulan.

Berdasarkan penelitian Tamrin Amal Tamagola, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian pada majalah Gadis yang merupakan majalah remaja putri untuk melihat bagaimana penggambaran citra wanita pada iklan di majalah Gadis. Karena selain menguntungkan produsen dan memberi informasi tentang produk, iklan di majalah Gadis dapat mempengaruhi gaya hidup dan persepsi pembaca tentang citra wanita yang ditampilkan oleh iklan majalah Gadis ini.

Populasi penelitian ini adalah majalah Gadis yang terbit setiap sepuluh hari sekali, periode Desember 1999 sampai Februari 2000. Pemilihan populasi ini atas pertimbangan asas aktualitas, dimana terbitan akhir 1999- Februari 2000 adalah terbitan yang terbaru, sesuai waktu diadakannya penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis iklan-iklan yang dimuat pada majalah Gadis secara kualitatif menurut kategorisasi citra wanita sesuai kategori citra wanita, yaitu citra pigura, citra pilar, citra peraduan, citra pinggan dan citra pergaulan.. Analisis data bersifat deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan di majalah Gadis bercitra pigura, citra peraduan dan citra pergaulan. Dalam iklan majalah Gadis tidak ditemukan iklan yang bercitra pinggan dan yang bercitra pilar. Ini artinya majalah Gadis sebagai pemuat iklan memandang bahwa para remaja putri pembaca majalah Gadis belum mengacu pada persiapan untuk berumah tangga, sehingga lebih menginformasikan gaya hidup yang berpenampilan modis, sehat sehingga mereka tidak kuper dalam pergaulan, berprestasi, cantik dan sehat terawat.